

PLAN DE INCENTIVOS E. S. P. 2005

CAMILO ANDRES ROSERO CAICEDO

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMIAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI

2006

PLANES DE INCENTIVOS ESP 2005

CAMILO ANDRES ROSERO CAICEDO

Pasantia para optar al titulo de profesional en Mercadeo y Negocios
Internacionales

Director

HENRY ROJAS

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMIAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2006

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales.-.

ANA MILENA ÁLVAREZ CANO

Jurado

BORIS CASTRO

Jurado

Santiago de Cali, .16. De Julio de 2006

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	8
1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	9
2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	12
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
3. HIPÓTESIS	16
4. OBJETIVOS	17
4.1. OBJETIVO GENERAL	17
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
5. JUSTIFICACIÓN	18
6. MARCO REFERENCIAL	20
6.1. MARCO TEÓRICO	20
6.2. MARCO CONCEPTUAL	21
7. DISEÑO METODOLÓGICO	22
7.1. TIPO DE ESTUDIO	22
7.2. TÉCNICAS	22
7.3. DESARROLLO DEL PLAN	23
7.3.1. Contratación de líder	23
7.3.2. Levantamiento de la información	23
7.3.3. Ficha técnica	24
7.3.4. Análisis de resultados	24

7.3.5 Selección de premios	25
7.3.6 Medios de comunicación (campaña)	25
7.3.7 Acto de entrega de premios	27
7.3.8 Evaluación de recaudos	27
7.3.9 Indicador de gestión	27
7.4 FLOW CHART	27
8. PRESUPUESTO PROYECTO DE INCENTIVOS	28
9. PLAN DE INCENTIVOS EMSIRVA E. S. P – 2005	30
9.1 ¿QUÉ ES UN PLAN DE INCENTIVOS?	30
9.2 ¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?	31
9.3 ¿CUÁL ES EL PLAN DE PREMIOS Y EL VALOR?	32
9.4 ¿A QUIEN SE ENTREGAN LOS PREMIOS?	34
9.5 ¿CUÁLES SON LAS CAUSALES DE EXCLUSION DEL PROGRAMA?	35
9.6 SISTEMA DE TACTICAS DE ADJUDICACION	36
9.7 PROCEDIMIENTO PARA RECLAMAR LOS PREMIOS	37
BIBLIOGRAFIA	

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Porcentajes	41
Anexo 2. Formulario de Encuesta.	48
Anexo 3. Análisis de Encuesta	50
Anexo 4. Cotización Campaña Publicitaria (Image Art Estudios)	52
Anexo 5. Campaña de Comunicación (Image Art Estudios)	54
Anexo 6. Volantes Realizados en Campañas Similares	56
Anexo 7. Flow Chart (Diagrama de Flujo)	57
Anexo 8. Categoría, Referencia y Precio de Premios	58
Anexo 9. Cotización Viajes	60
Anexo 10. Cotización Motos	61
Anexo 11. Capacidad Presupuestal	62

RESUMEN

Es un proyecto que nace después de una investigación de mercados minuciosa sobre los factores que hacían que se estancara la cartera y el recaudo de EMSIRVA E. S. P. Por todo lo anterior se creo un plan de incentivos, pues se determino que los usuarios al ser incentivados cancelarían de una forma más rápida su factura haciendo que nuestra cartera baje a niveles más estables. La investigación fue realizada en las 22 comunas de Cali, teniendo en cuenta que Emsirva E. S. P. es la única empresa de recolección y disposición final de basuras que trabaja en toda la ciudad. Es decir, existen otras empresas de recolección, pero no cubren la ciudad como lo hace EMSIRVA E. S. P. además la disposición final es responsabilidad única y exclusiva de Emsirva E. S. P.

Todo el proceso de búsqueda de premios, campañas de publicidad tanto en TV. como en radio y Eucoles fue supervisado y manejado por la subgerencia comercial de Emsirva E. S. P.

INTRODUCCIÓN

EMSIRVA E. S. P. pionera en la recolección y disposición final de desechos en nuestra ciudad, con más de 38 años de servicio, ha venido gestando una serie de cambios importantes en el último año, la mayoría de ellos, relacionados con nuevas condiciones de mercado a partir de la aparición de competidores: organizaciones de carácter privado con posibles costos operativos más bajos. En este contexto, Cali se presenta como la única ciudad principal que tiene más de 10 empresas encargadas de la recolección de desechos; lo que obliga a la empresa a emprender acciones estratégicas que aumenten su nivel de participación en el mercado y mantengan clientes no solo satisfechos sino leales.

En este proceso es elemental la solvencia de la compañía pues contar con la suficiente cantidad de recursos será determinante en la consecución de los objetivos, en nuestro caso, cuenta con una amplia cartera particular e institucional que afecta la distribución financiera y le impiden operar normalmente. Este proyecto está encaminado precisamente en reducir cartera y recaudo por facturación para fortalecer a EMSIRVA E. S. P. y presentarla como la mejor opción en su campo.

1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

MISIÓN

Es nuestra misión fundamental, prestar el servicio público integral de aseo a nivel regional e internacional con la utilización óptima de los recursos físicos y humanos necesarios, con una cultura organizacional que le permita la máxima satisfacción al cliente por la atención oportuna y la calidad del servicio.

VISIÓN

EMSIRVA E. S. P. será una Empresa líder, competitiva y rentable en la prestación del servicio público integral de aseo con la mayor calidad, eficiencia y armonía con el medio ambiente, satisfaciendo plenamente las necesidades de la comunidad dentro del marco legal.

QUE ES EMSIRVA

La Empresa de Servicio Público de Aseo de Cali, EMSIRVA E. S. P., presenta una infraestructura sólida, con más de 38 años de experiencia en el mercado de aseo y la disposición final de desechos sólidos en el Valle del Cauca.

Atiende todos los estratos socioeconómicos de la población, incluyendo los sectores de ladera y áreas marginales. Presta un servicio especializado a grandes productores, generadores de residuos especiales, hospitalarios, adicionalmente evacua basureros crónicos y escombreras clandestinas.

Es una empresa estatal que garantiza la eficacia de la recolección, transporte y disposición final de desechos, atemperándose y cumpliendo con la legislación ambiental. Así mismo, los cobros están determinados directamente con la aplicación de las tarifas aprobadas por la Comisión Reguladora de Agua Potable y Saneamiento Básico, C. R. A.

Cuenta con un completo sistema de información comercial de más de 500 mil usuarios que generan una cobertura significativa. Los clientes tienen un permanente registro de producción de desechos.

En sus procesos EMSIRVA E. S. P. utiliza tecnología de punta. Asesora y capacita a sus clientes en el manejo adecuado de los residuos sólidos, la cultura del aseo y la ética ambiental, contribuyendo de manera decidida al mejoramiento de la calidad de vida y al bienestar social de la comunidad.

A continuación esbozare los servicios que presta la compañía, no sobra agregar que EMSIRVA E. S. P. cumple a cabalidad con la ley 142 de 1994 o ley de servicios domiciliarios y el objetivo social se rige por el derecho privado:

- Barrido manual: Se trata de una operación diaria, en su afán de contribuir al orden y embellecimiento, los empleados de la organización realizan un barrido manual de las áreas públicas, sitios de interés histórico, grandes avenidas y barrios de estrato 5 y 6.
- Barrido mecánico: Día y noche barredoras mecánicas tienen la misión de dejar en perfecto estado de limpieza las vías principales, complementando el aseo de los barredores manuales.

- Papeleo: se trata de la labor de limpieza específica de papeles en las áreas verdes y zonas de esparcimiento de la ciudad.
- Recolección domiciliaria: abarca la recolección de residuos sólidos domiciliarios en las viviendas y unidades residenciales de todos los barrios de la capital vallecaucana, con una frecuencia mínima de dos veces por semana.
- Recolección de residuos de alto riesgo: La empresa realiza un tratamiento especial a los residuos de alto riesgo.
- Limpieza de Lotes: en concordancia con el Plan de Desarrollo Municipal y las normas de carácter ambiental.
- Recolección industrial y comercial: ante el riesgo que representan los residuos especiales generados por la industria y el sector comercial, EMSIRVA E. S. P. ofrece un servicio especializado de recolección, transporte y disposición final de este tipo de desechos.
- Ruta hospitalaria: Posee un Programa Integral Hospitalario de recolección, transporte, esterilización y disposición final de desechos hospitalarios de alto, bajo riesgo y anatomopatológicos. En este aspecto se evidencia una fortaleza, el Programa de Desechos Sólidos Hospitalarios esta avalado por 550 clientes, es modelo a nivel internacional y es ampliamente reconocido por la Unión Europea y la Organización Panamericana de la salud.
- Servicios especiales: Mantenimiento, limpieza y adecuación de zonas después de eventos multitudinarios, cabalgatas, conciertos, etc.
- Concesión de plazas de mercado
- Manejo y disposición de basuras, relleno sanitario

2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Son bien conocidas las condiciones económicas de nuestro país, de hecho, no las protagonizamos sino que las padecemos día a día. Se trata de condiciones adversas que en nuestra ciudad parecen agravarse, todo magnificado por la crisis, no sólo económica sino de legitimidad de las empresas públicas. La suma estos factores traducen monumentales problemas para organizaciones como EMSIRVA E. S. P.

En el sector Industrial y Comercial de Cali se ha visto seriamente disminuido, la progresiva perdida de poder adquisitivo y menguas en la calidad de vida han obligado no solo a las empresas prestadoras de servicios sino a la comunidad en general a adaptarse a condiciones cada día más exigentes. En el proceso se hacen necesarias perspectivas actuales acordes a los nuevos problemas, acompañado de la adopción de las estrategias correctas.

En este marco esta inmerso el principal problema a resolver, la mora en el pago del servicio de recolección y disposición de las basuras. En este sentido el proyecto busca la creación de estímulos para el pronto pago y así lograr que los usuarios cumplan con su obligación en forma oportuna.

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

EMSIRVA E. S. P. realiza el cobro de sus servicios a través de dos formas de facturación:

Facturación Directa: La expide EMSIRVA, solamente por sus servicios y llega a sus clientes por correo Certificado.

Facturación de EMCALI: Se trata de la factura donde se cobran la mayoría de los servicios públicos, agua, luz, alcantarillado y por supuesto recolección y disposición de basuras.

El conflicto radica en el incumplimiento de los pagos por parte de los usuarios dentro de las fechas estipuladas en la factura.

En vista de la situación, EMSIRVA ESP. Suscribió con la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios en Septiembre 22 de 2004. EL PROGRAMA DE GESTION, es un plan encaminado al mejoramiento de la Empresa en las diferentes áreas de gestión.

En síntesis se pretende crear un mecanismo de “**Pronto Pago**” incentivando la cancelación oportuna de las facturas, y así mejorar el recaudo por mes. La evaluación actual muestra un 82.11% de efectividad en el recaudo, más cartera corriente y no corriente, suma un total de 89.62% finalmente se maneja una cifra promedio de 85.86% mensual. (Ver Anexo 1 - Porcentajes)

Dentro del programa se ha planteado una reestructuración en el AREA DE GESTION COMERCIAL, tal como declara el Compromiso No2: MEJORAR LA GESTION COMERCIAL DE LA EMPRESA, OBJETIVO: **AUMENTAR LA EFICIENCIA EN EL RECAUDO del 85% al 95%**

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo mejorar la eficiencia del recaudo para disponer de un mayor flujo de caja a través de un programa de estímulos por pronto pago dirigido a los Usuarios del Servicio de Aseo?

3. HIPÓTESIS

H₀ El comportamiento del recaudo de los ingresos sin ningún tipo de incentivo ó programa para motivar el pronto pago no aumenta el volumen de ingresos que se requiere para la empresa.

H₁ El comportamiento del recaudo de los ingresos con un programa de incentivos y motivación por el pronto pago aumenta el volumen de ingresos que se requiere para la empresa.

H₂ El recaudo se incrementa si se da un mejoramiento continuo en el servicio y se optimiza la capacidad de respuesta del mismo.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Crear un plan de incentivos para estimular el pronto pago con el objeto de generar cultura de pago y que los usuarios cumplan con su obligación oportunamente y se pongan al día aquellos que se encuentran en mora.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las variables y sus características que se pueden utilizar y sean atractivas a los usuarios para establecer políticas y actividades de estímulo.
- Diseñar un plan de premios y su reglamento.
- Difundir el Plan de estímulos.
- Implementar la contratación de una auditoria externa que supervise y garantice el éxito del plan y un óptimo uso de los recursos.
- Crear un plan de seguimiento con indicadores de gestión que permita analizar factores positivos y negativos durante el desarrollo del proyecto.

5. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto se inscribe en el marco teórico, práctico, metodológico por las siguientes razones:

TEÓRICO:

Porque a partir de la facturación y el recaudo se puede conocer en porcentaje la fluctuación del último recaudo. Permite llevar un control que evaluará su efectividad y elegir estándares de procedimientos para mejorar la calidad del servicio.

Definitivamente constituye un pilar fundamental en la consecución de las metas a alcanzar.

PRACTICO:

Porque la propuesta teórica adquiere un compromiso de la Gerencia General y la Subgerencia Comercial, pues al incentivar a los usuarios a un “pronto pago” es necesario conocer directamente a nuestros clientes, identificar los inconvenientes y falencias en el proceso, y generar un compromiso general en la búsqueda de optimización del servicio.

METODOLÓGICO:

Porque se introduce en el campo de la atención a nuestros clientes, ofreciendo incentivos que estimulan a los usuarios a realizar sus pagos de manera oportuna y programada.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1. MARCO TEÓRICO

- ⊕ Se fundamenta en las obligaciones adquiridas por la EMPRESA, dentro del Programa de Gestión suscrito con la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, y en su afán de posicionarse como una organización sólida ante clientes y competidores.
- ⊕ Jurídicamente está enmarcado dentro de las normas legales vigentes.
- ⊕ La Empresa genera una cultura de Pago.

6.2 MARCO CONCEPTUAL

DISEÑAR: Realizar un trazo o delineamiento de algo.

PLAN: Determinación de obrar de cierto modo y con cierto objeto.

FACTURAR: Acto de emitir una factura por un concepto determinado, a un cliente.

RECAUDAR: Valor de las obligaciones derivadas de la facturación emitida.

FLOW CHART: Diagrama de Flujo.

BENCHMARKING: Recopilar información sobre procesos y resultados de otras empresas en un proyecto determinado; de esta manera mejorar y perfeccionar los procesos propios para implementar en un proyecto similar

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1 TIPO DE ANÁLISIS

Descriptivo. Este proyecto se basa en el cálculo de los porcentajes de recaudo teniendo en cuenta la facturación mes a mes y el recaudo de ingresos.

7.2 TÉCNICAS

Fuentes primarias. Sistema información Comercial. Consiste en un programa que contiene toda la información de clientes, recaudos, etc., que permite interactuar con los clientes, permite cruzar información variable y a la vez dimensionar el alcance de la empresa prestadora de servicios.

Fuentes secundarias. Revisión detallada de cada uno de los informes de facturación y recaudo generados por la Subgerencia Comercial y los informes de recaudo enviados por EMCALI EICE.

7.3 DESARROLLO DEL PLAN

7.3.1 Contratación de un líder. Se contrata un líder para que planifique, organice y ejecute el programa de incentivos EMSIRVA 2005, ordenado por la superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios (Septiembre 22 de 2004).

7.3.2 Levantamiento de información. La información se recogió de los libros de facturación y recaudo de EMSIRVA, de los meses de enero a julio de 2005 (ver Anexo 1 - Porcentajes). Se realizó visita a EMCALI el día 23 de Sep con el fin de recolectar información de un proyecto similar elaborado meses anteriores, haciendo un Benchmarking de sus experiencias, encontrando que el proyecto no fue bien encaminado ya que resultaron muchos responsables del mismo “Proyecto de Incentivos EMCALI”, este trabajo lo desempeñaba otro empleado, y ya que no se encontró información alguna ni apoyo por parte de la institución, el proyecto se comenzó de nuevo. Con la información recolectada tanto en porcentajes como en datos, se realizaron 100 encuestas para definir cuales son los premios que la gente quiere recibir y su nivel de satisfacción con el servicio de recolección de basura (Anexo 2 - Formulario de Encuesta)

7.3.3 Ficha técnica: Encuesta

Muestra: 100 personas

Edades: 18 a 80 años

Estratos: 1 a 6

Comunas: 22

Nivel de Confianza: 95%

7.3.4 Análisis de resultados. Los porcentajes de facturación y recaudo de EMSIRVA se mueven entre el 82.11% y el 89.62% de efectividad (promedio 85.86%). Para que el proyecto sea viable se debería mejorar la efectividad pasando del 85% al 95%, a su vez en el resultado de las encuestas el 95% de las personas se verían incentivadas a realizar los pagos dentro de las fechas establecidas con el fin de participar en los sorteos (ver Anexo 3 - Análisis de Encuesta). Se encontró también que las personas que mas se retrasan en los pagos son los estratos medios y bajos, los cuales se ven mas motivados con la idea de los premios. Los usuarios industriales generalmente no presentan atrasos en el pago de sus servicios públicos, igualmente pasa con los pequeños productores y grandes generadores.

7.3.5 Selección Premios. Basándonos en la información de las encuestas se procedió a cotizar con diferentes proveedores las opciones de premios (la 14, Éxito, Carrefour, Credigane, Electrojaponesa, Suzuki, Honda, AKT, Didier Turismo y Viajes Oganisoft), para definir los costos que se tendrían.

7.3.6 Medios de Comunicación (Campaña) Se contratara una agencia de publicidad que estará encargada de la producción, montaje y desarrollo del plan de medios del proyecto de Incentivos EMSIRVA E.S.P 2005 (ver Anexo 4 - Cotización Campaña Publicitaria, Anexo 5 - Campaña de Comunicación Image Art Studios y Anexo 6 – Volantes Realizados en Campañas Similares) el cual se desarrollara de la siguiente forma:

Pauta en Radio:

Se realizara pauta en las emisoras Tropicana Stereo y Rumba Stereo, en horarios de 7:30 AM a 9:00 AM y de 5:30 PM a 7:00 PM. Cinco pautas al día, en los días del 1 al 15 de Diciembre y del 1 al 15 de Marzo

Pauta en Eucoles de la ciudad:

Se colocara publicidad en 10 Eucoles, distribuidos estratégicamente sobre las avenida principales de Ciudad: AV Roosevelt, Calle 5, AV 3Norte, AV Sexta Norte, AV Pasoancho Durante los días del 1 de diciembre al 15 de marzo

Distribución de Volantes:

Se distribuirá la información de los sorteos y la mecánica del concurso en volantes a color, insertados en los recibos de servicios públicos que se distribuyen a todos los usuarios. Esta información se empezara a distribuir en la facturación de Noviembre hasta Marzo.

Pauta en medios de televisión regionales (Tele Pacifico)

Se anunciara en horario AAA en los Noticieros 90 Minutos y Noti 5, mediante 2 anuncios día de por medio de 20 segundos antes ir a la Sección de Deportes, Recordando a los Usuarios que para participar solo hay que “estar al día” en el pago de sus facturas . Estos anuncios se harán durante los días: 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13 y 15 de diciembre 2005 y el 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, y 15 de marzo de 2006

7.3.7 Acto de Entrega de Premios. Los días 16 de diciembre de 2005 y 16 de marzo de 2006, en la sede principal de EMSIRVA se contratará para la entrega premio, sonido animación, modelos, fotógrafos, pasabolas, souvenir, tarima, además se tendrá presencia de los medios de comunicación como Telépacífico para que cubran el evento y así tener promoción para la segunda entrega de premios.

7.3.8 Evaluación de Resultados. Se realizara un control después de cada ceremonia para verificar la efectividad del plan hasta el momento, como punto de control y al finalizar la gestión se contratara una firma de auditoria externa que permita evaluar los resultados esperados y la integridad de la labor.

7.3.9 Indicador de Gestión. Como indicador tendremos que al finalizar “El Primer Sorteo” EL día 15 de diciembre de 2005; El **recaudo de cartera** se debe encontrar en un nivel del 90% y al finalizar “El Segundo Sorteo” EL día 15 de Marzo de 2006; se debe alcanzar el 95% esperado.

7.4 FLOW CHART

Diagrama de Flujo del Proyecto de Incentivos Emsirva E.S.P – 2005 (Ver Anexo 7 – Flow Chart)

8. PRESUPUESTO PROYECTO DE INCENTIVOS

PRESUPUESTO PROYECTO DE INCENTIVOS EMSIRVA 2005



Presupuesto Asignado			\$	126.406.239
Salario personal			\$	2.448.000
Líder x6 meses	\$	2.448.000		
Investigación y análisis			\$	300.000
Encuestas	\$	300.000		
Fase 1			\$	54.245.100
Premios			\$	34.425.100
motocicleta	\$	3.990.000		
viaje	\$	4.595.000		
pago facturas	\$	17.170.000		
nevera	\$	3.959.600		
televisor	\$	2.495.000		
DVD	\$	945.000		
Horno microondas	\$	477.000		
arrosera	\$	289.500		
licuadora	\$	289.500		
Plancha	\$	214.500		
Promoción			\$	19.020.000
Radio	\$	7.500.000		
Televisión	\$	7.500.000		
Volantes	\$	670.000		
Eucoles	\$	3.350.000		
Ceremonia			\$	800.000
Sonido	\$	350.000		
Pasabolas	\$	100.000		
Fotógrafo	\$	80.000		
Animador	\$	150.000		
2 Modelos	\$	120.000		

Fase 2			\$	64.205.100
Premios			\$	34.425.100
motocicleta	\$	3.990.000		
viaje	\$	4.595.000		
pago facturas	\$	17.170.000		
nevera	\$	3.959.600		
televisor	\$	2.495.000		
DVD	\$	945.000		
Horno microondas	\$	477.000		
arroseira	\$	289.500		
licuadora	\$	289.500		
Plancha	\$	214.500		
Promoción			\$	28.980.000
Radio	\$	7.500.000		
Televisión	\$	7.500.000		
Volantes	\$	2.330.000		
Eucoles	\$	11.650.000		
Ceremonia			\$	800.000
Sonido	\$	350.000		
Pasabocas	\$	100.000		
Fotógrafo	\$	80.000		
Animador	\$	150.000		
2 Modelos	\$	120.000		
Auditoria Externa			\$	3.000.000
Caja Menor - Contingencias			\$	2.208.039
Costo total del proyecto			\$	126.406.239

9. PLAN DE INCENTIVOS EMSIRVA E. S. P – 2005

REGLAMENTO DE PREMIACIÓN

9.1 ¿QUÉ ES UN PLAN DE INCENTIVOS?

Un incentivo es un premio que se entrega por realizar bien una función.

EMSIRVA E.S.P, en cumplimiento de los compromisos adquiridos con el Plan de Gestión, ha diseñado un Plan de incentivos y estímulos para premiar a sus clientes más cumplidos y motivar el pago oportuno del servicio de aseo, cuyos resultados serán mejorar el porcentaje de recaudo y el aumento de los ingresos de la empresa, para lograr esta meta se ha diseñado el presente reglamento de estímulos.

EMSIRVA E.S.P realizara dos (2) sorteos, el primero de ellos dirigido a los clientes que efectuaron y efectuaran pagos en las fechas fijadas en las facturas correspondientes a los periodos de Agosto-05 a Noviembre-05, **El día 15 de diciembre 2005**. Y el Segundo para incentivar los pagos oportunos de Diciembre-05 – Enero-06- Febrero-06 **El día 14 de Marzo de 2006**.

9.2 ¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?

Clientes de todos los segmentos del mercado de la ciudad de Cali y áreas de influencia de EMSIRVA E.S.P. Clientes Residenciales los estratos 1, 2, 3, 4, 5 y 6, Multiusuario, Comerciales, Oficiales, Industriales, Grandes y pequeños productores, que hayan pagado sus facturas dentro de los plazos definido en ella.

Es decir, puede participar toda persona que reciba en su casa, negocio u oficina una factura de EMSIRVA E.S.P ya sea por facturación directa o con la misma factura de los servicios públicos distribuida por Emcali. Se tomara como fecha de pago valido, la fecha en la que el cliente haya cancelado su factura siempre y cuando sea anterior a la fecha programada por EMCALI o por EMSIRVA E.S.P o que este en esa fecha de pago definida. Serán tenidos en cuenta para el sorteo los clientes que hayan cancelado sus facturas por cualquiera de los mecanismos establecidos para el pago siempre y cuando estén dentro de la fecha establecida y sean reportados como “puntuales” por la entidad bancaria. No podrán participar los clientes que cancelen después de las fechas de pago definidas en las facturas. Y en este proceso de de distribución de facturas de EMCALI podremos adjuntar la publicidad referente al plan de incentivos (volante).

Una cuenta de un cliente al día en sus pagos es aquella que cancele sus obligaciones dentro de los plazos definidos en la factura, es valido el pago si la factura de Emcali, la cual cancela antes o durante de la fecha *única* de Pago.

Se conformara un comité encabezado por la Subgerencia Comercial, Dirección de Peticiones Quejas y Reclamos y Subgerencia Operativa, para que analicen y decidan sobre los casos no incluidos en este Reglamento, Si llegase a resultar, con el propósito de cumplir con la entrega de todos los premios a los Clientes.

9.3 ¿CUÁL ES EL PLAN DE PREMIOS Y VALOR?

Se tendrá en cuenta todos los tipos de clientes Residenciales Multi-usuario, Comerciales, Oficiales, Industriales, Grandes y Pequeños Productores.

Como nuestra intención es incentivar a nuestros clientes mas “puntales” en cuanto al pago, es decir, los que cancelan la factura antes y/o durante la fecha establecida en la misma para diferenciarlos de los clientes que pueden estar en cartera pero cancelando se pondrán al día hemos decidido tener dos tipos de premio, El primero será conocido como premio mayor y en el cual solo participaran nuestros clientes mas puntales, y también estarán los premios Generales en los cuales participaran todos nuestros clientes.(Ver anexo 8 - Categoría, Referencia y Precio de Premios).

De esta manera podremos hacer seguimiento y control pues hay que tener en cuenta que es el sistema quien escoge y divide los ganadores entre puntuales y morosos; y que el sorteo se hará dos (2) días antes de las fechas establecidas, así pues; esto se tiene que recalcar en la campaña publicitaria para que los clientes entiendan que así aparezcan en cartera, si se ponen al día el sistema los escogerá como clientes puntuales, que es lo que buscamos con el Concurso pues la cultura de pago se comienza a crear al incentivar a los clientes.

PREMIOS:

Premio Mayor (esta por definirse, mas tentativamente serían):

Opción A.

Cinco días y Cuatro noches Hotel LORD PIERRE en San Andrés Islas, Todo Incluido, paseo en Velero, vuelta a la Isla y Tour a Jhonny Kay
(Ver Anexo 9 - Cotización Viajes)

Opción B.

	Premio	Marca	Referencia	Precio
1	Motocicleta	Honda	Eco 100	\$ 2'990.000
2	Motocicleta	Honda	Hero Splendor +	\$ 3'990.000
3	Motocicleta	Honda	Biz C -100 KS 2006	\$ 4'050.000

(Ver Anexo 10 - Cotización Motos)

9.4 ¿A QUIENES SE ENTREGARAN LOS PREMIOS?

Se entregaran los premios a las personas que presenten las facturas favorecidas con los sorteos que efectuará EMSIRVA E.S.P, debidamente cancelados en las fechas establecidas en la factura y que acredite la calidad de propietario o arrendatario, poseedor o usuario del servicio de aseo y su documento de identificación, como se explicara en la Campaña de Medios

EMSIRVA E.S.P entregará sus premios a los clientes que acrediten la ocupación del predio o que tengan el predio a su cargo y lo estén usufructuando, no habrá distinción entre si son propietarios o arrendatarios o usuarios, pues lo que se busca premiar es el cumplimiento en los pagos.

Cuando el predio se encuentre desocupado el premio será entregado al propietario del inmueble que así lo acredite y que presente las facturas canceladas oportunamente y su identificación. Cuando la persona que figure en nuestra base de datos como ganadora se encuentre fuera del país o haya fallecido, se entregara el premio al familiar que lo acredite.

9.5 ¿CUALES SON LAS CAUSALES DE EXCLUSIÓN DEL PROGRAMA?

EMSIRVA E.S.P podrá excluir sin previo aviso a los clientes que presenten las siguientes anomalías de pago dentro del periodo definido para el concurso.

- ♦ Cheque devuelto.
- ♦ Pago fraudulento.
- ♦ Aquellos que hayan cancelado por fuera de las fechas limites definidas por EMSIRVA E.S.P o por las entidades bancarias donde realizaron los pagos.

9.6 SISTEMA Y TÉCNICAS DE ADJUDICACIÓN

La adjudicación se realizara a través de un Software desarrollado por la Unidad de Sistemas de EMSIRVA E.S.P con el apoyo del Contratista SERVIGENERALES, que seleccionara aleatoriamente (Random) las cuentas de los clientes que dos días antes de la fecha del sorteo se encuentren “aptos” para participar del mismo. Es decir, que hayan cancelado dentro de las fechas estipuladas las facturas de Agosto-05, Septiembre-05, Octubre-05 y Noviembre-05, para el primer sorteo y las facturas de Diciembre-06 - Enero-06 y Febrero para el segundo Sorteo. Dicha base de datos deberá ser verificada y aprobada previo al sorteo por el comité directivo del Plan de Incentivos de EMSIRVA E.S.P – 2005. Estas pruebas serán hechas los días **13 de Diciembre-05** para el primer sorteo y **12 de marzo-06** para el segundo sorteo.

Cabe destacar que dichos “Resultados” son datos invaluable dentro del seguimiento y control de todo el plan de Incentivos por que podremos constatar si la meta de pasar de un 85% a un 95% de eficiencia en el recaudo se cumple.

9.7 PROCEDIMIENTO PARA RECLAMAR LOS PREMIOS

El mecanismo de entrega se realizara a través de Bonos de cada uno de los premios, los bonos serán entregados en acto público que se organizará para tal efecto en la Sede Administrativa de Emsirva Cra. 61 # 9- 250.

La calidad y garantía de los productos serán las otorgadas por el fabricante y/o productor de cada uno de los premios. El cual tendrá a su cargo la entrega y distribución previa documentación de la Subgerencia comercial la cual cuenta con una capacidad presupuestal para la ejecución del proyecto de Incentivos y estímulos de pronto pago dirigido a los clientes del servicio de aseo. (Ver Anexo 11 - Capacidad Presupuestal)

Con el propósito de dar a conocer tanto los incentivos como los premios que se otorgan a quienes hacen parte del programa, EMSIRVA E.S.P desarrollará una estrategia de comunicación y difusión de la campaña de incentivos, como de los ganadores y premios entregados a través de diferentes medios radiales y televisivos Boletines de prensa y menciones comerciales de televisión en noticieros regionales.

Todos los clientes del programa que reclame algún tipo de Premio autorizan a EMSIRVA E.S.P para publicar en medios de comunicación los nombres, Documentos de identificación, foto o imagen de los ganadores.

La información valida para la entrega de premios, será la que aparezca en la base de datos de EMSIRVA E.S.P y en los casos que no exista

información actualizada en esta base de datos, se recurrirá a la que presente el cliente con el numero de cliente o numero telefónico favorecido, sea inquilino o propietario, pero que presente las facturas canceladas del periodo definido.

No serán tenidos en cuenta para la entrega de premios clientes que correspondan a funcionarios de EMSIRVA E.S.P.

El premio no puede ser objeto de cambio por dinero.

Los ganadores de cada sorteo, no participaran en el siguiente.

Se entregara solamente un Premio o Bono a cada cliente ganador, en caso de salir favorecido un cliente con dos premios, tendrá la opción de elegir el premio que más le guste y el otro será sorteado en los 30 días siguientes.

BIBLIOGRAFIA

AAKER, David. Gestión del Valor de la Marca: Capitalizar el valor de la Marca. Madrid: Editorial Díaz de Santos, 1994. 667 p.

ARNOLD, David. Manual de Gerencia de Marca. Bogota: Editorial Norma, 1993. 723 p.

Informe de Facturación y Recaudo. Subgerencia Comercial Emsirva E.S.P - 2004 y 2005. Cali, 2004 y 2005. 3 v.

OROZCO, Arturo. Investigación de mercados. Concepto y práctica. Cali: Editorial Norma, 2006. 456 p.

ANEXOS

Anexo 1 – Porcentajes

Porcentajes de Recaudo y Facturación de Enero a Julio de 2005

Enero

Facturado Emcali	\$4.197.484.313
Facturado Emsirva	\$587.187.595
Total Facturado	\$4.784.671.908
Recaudado	\$3.406.270.054
Cartera Recuperada	\$660.976.846
Recibos de Caja	\$54.533.124
Compensación	\$19.514.042
Recaudo Emcali	\$4.141.294.066
Recaudo Emsirva	\$384.321.063
Total Recaudo	\$4.525.615.129

Porcentaje de Recaudo
Emcali

81,15%

Porcentaje de Recaudo
Emsirva

65,45%

Promedio Recaudo de
Enero

73,30%

Febrero

Facturado Emcali	\$4.180.793.606
Facturado	\$340.056.476

Porcentaje de Recaudo

80,54%

Emsirva	
Total Facturado	\$4.520.850.082
Recaudado	\$3.367.173.647
Cartera Recuperada	\$662.961.885
Recibos de Caja	\$92.292.263
Compensación	\$17.973.508
Recaudo Emcali	\$4.140.401.303
Recaudo Emsirva	\$409.514.836
Total Recaudo	\$4.549.916.139

Emcali
Porcentaje de Recaudo Emsirva

120,43%

Promedio Recaudo de Febrero

100,48%

Marzo

Facturado Emcali	\$4.177.498.170
Facturado Emsirva	\$356.091.062
Total Facturado	\$4.533.589.232
Recaudado	\$3.564.099.218
Cartera Recuperada	\$613.272.542
Recibos de Caja	\$93.550.478
Compensación	\$16.173.751
Recaudo Emcali	\$4.287.095.989
Recaudo Emsirva	\$340.282.406
Total Recaudo	\$4.627.378.395

Porcentaje de Recaudo Emcali
Porcentaje de Recaudo Emsirva

85,32%
95,56%

Promedio Recaudo de Marzo

90,44%

Abril

Facturado Emcali	\$4.184.870.858
Facturado Emsirva	\$347.466.454
Total Facturado	\$4.532.337.312
Recaudado	\$3.261.598.096
Cartera Recuperada	\$618.450.500
Recibos de Caja	\$6.548.964
Compensación	\$12.847.047
Recaudo Emcali	\$3.899.444.607
Recaudo Emsirva	\$331.477.711
Total Recaudo	\$4.230.922.318

Porcentaje de Recaudo Emcali	77,94%
Porcentaje de Recaudo Emsirva	95,40%

Promedio Recaudo de Abril	86,67%
---------------------------	--------

Mayo

Facturado Emcali	\$4.212.867.593
Facturado Emsirva	\$690.763.665
Total Facturado	\$4.903.631.258
Recaudado	\$3.580.405.371
Cartera Recuperada	\$669.470.083
Recibos de Caja	\$13.788.043
Compensación	\$37.404.666
Recaudo Emcali	\$4.301.068.163
Recaudo Emsirva	\$362.635.348
Total Recaudo	\$4.663.703.511

Porcentaje de Recaudo Emcali	84,99%
Porcentaje de Recaudo Emsirva	52,50%

Promedio Recaudo de	68,74%
---------------------	--------

--	--

Mayo

--

Junio

Facturado Emcali	\$4.180.467.009
Facturado Emsirva	\$368.277.472
Total Facturado	\$4.548.744.481
Recaudado	\$3.680.207.274
Cartera Recuperada	\$693.327.126
Recibos de Caja	\$11.988.026
Compensación	\$7.084.740
Recaudo Emcali	\$4.392.607.166
Recaudo Emsirva	\$397.710.348
Total Recaudo	\$4.790.317.514

Porcentaje de Recaudo Emcali
Porcentaje de Recaudo Emsirva

88,03%
105,07%

Promedio Recaudo de Junio

96,55%

Julio

Facturado Emcali	\$4.495.904.654
Facturado Emsirva	\$401.936.215
Total Facturado	\$4.897.840.869
Recaudado	\$3.452.474.093
Cartera Recuperada	\$698.194.938
Recibos de Caja	\$5.030.262
Compensación	\$21.647.441
Recaudo	\$4.177.346.734

Porcentaje de Recaudo Emcali
Porcentaje de Recaudo Emsirva

76,79%
92,91%

Emcali	
Recaudo Emsirva	\$316.035.810
Total Recaudo	\$4.493.382.544

Promedio Recaudo de Julio	84,85%
---------------------------	--------

Prom. Porcentaje de Recaudo Emcali	82,11%
------------------------------------	--------

Prom. Porcentaje de Recaudo Emsirva	89,62%
-------------------------------------	--------

Total Promedio de Recaudos	85,86%
----------------------------	--------

Porcentajes de Recaudo y Facturación de Enero a Julio de 2005

Enero

Facturado Emcali	\$4.197.484.313
Facturado Emsirva	\$587.187.595
Total Facturado	\$4.784.671.908
Recaudado Cartera Recuperada	\$3.406.270.054
Recibos de Caja	\$660.976.846
Compensación	\$54.533.124
Recaudo Emcali	\$19.514.042
Recaudo Emsirva	\$4.141.294.066
Total Recaudo	\$384.321.063
	\$4.525.615.129

Porcentaje de Recaudo Emcali	81,15%
Porcentaje de Recaudo Emsirva	65,45%

Promedio Recaudo de Enero	73,30%
---------------------------	--------

Febrero

Facturado Emcali	\$4.180.793.606
Facturado Emsirva	\$340.056.476
Total Facturado	\$4.520.850.082
Recaudado	\$3.367.173.647
Cartera Recuperada	\$662.961.885
Recibos de Caja	\$92.292.263
Compensación	\$17.973.508
Recaudo Emcali	\$4.140.401.303
Recaudo Emsirva	\$409.514.836
Total Recaudo	\$4.549.916.139

Porcentaje de Recaudo Emcali	80,54%
Porcentaje de Recaudo Emsirva	120,43%

Promedio Recaudo de Febrero

100,48%

Marzo

Facturado Emcali	\$4.177.498.170
Facturado Emsirva	\$356.091.062
Total Facturado	\$4.533.589.232
Recaudado	\$3.564.099.218
Cartera Recuperada	\$613.272.542
Recibos de Caja	\$93.550.478
Compensación	\$16.173.751
Recaudo Emcali	\$4.287.095.989
Recaudo Emsirva	\$340.282.406
Total Recaudo	\$4.627.378.395

Porcentaje de Recaudo Emcali	85,32%
Porcentaje de Recaudo Emsirva	95,56%

Promedio Recaudo de Marzo

90,44%

Abril

Facturado Emcali	\$4.184.870.858
Facturado Emsirva	\$347.466.454
Total Facturado	\$4.532.337.312

Porcentaje de Recaudo Emcali	77,94%
Porcentaje de Recaudo Emsirva	95,40%

Recaudado	\$3.261.598.096
Cartera Recuperada	\$618.450.500
Recibos de Caja	\$6.548.964
Compensación	\$12.847.047
Recaudo Emcali	\$3.899.444.607
Recaudo Emsirva	\$331.477.711
Total Recaudo	\$4.230.922.318

Promedio Recaudo de Abril

86,67%

Mayo

Facturado Emcali	\$4.212.867.593
Facturado Emsirva	\$690.763.665
Total Facturado	\$4.903.631.258
Recaudado	\$3.580.405.371
Cartera Recuperada	\$669.470.083
Recibos de Caja	\$13.788.043
Compensación	\$37.404.666
Recaudo Emcali	\$4.301.068.163
Recaudo Emsirva	\$362.635.348
Total Recaudo	\$4.663.703.511

Porcentaje de Recaudo Emcali

84,99%

Porcentaje de Recaudo Emsirva

52,50%

Promedio Recaudo de Mayo

68,74%

Junio

Facturado Emcali	\$4.180.467.009
Facturado Emsirva	\$368.277.472
Total Facturado	\$4.548.744.481
Recaudado	\$3.680.207.274
Cartera Recuperada	\$693.327.126
Recibos de Caja	\$11.988.026
Compensación	\$7.084.740
Recaudo Emcali	\$4.392.607.166
Recaudo Emsirva	\$397.710.348

Porcentaje de Recaudo Emcali

88,03%

Porcentaje de Recaudo Emsirva

105,07%

Total Recaudo	\$4.790.317.514
---------------	-----------------

Promedio Recaudo de Junio

96,55%

Julio

Facturado Emcali	\$4.495.904.654
Facturado Emsirva	\$401.936.215
Total Facturado	\$4.897.840.869
Recaudado	\$3.452.474.093
Cartera Recuperada	\$698.194.938
Recibos de Caja	\$5.030.262
Compensación	\$21.647.441
Recaudo Emcali	\$4.177.346.734
Recaudo Emsirva	\$316.035.810
Total Recaudo	\$4.493.382.544

Porcentaje de Recaudo Emcali
Porcentaje de Recaudo Emsirva

76,79%
92,91%

Promedio Recaudo de Julio

84,85%

Prom. Porcentaje de Recaudo Emcali

82,11%

Prom. Porcentaje de Recaudo Emsirva

89,62%

Total Promedio de Recaudos

85,86%

Anexo 2 - Formulario de Encuesta.

INVESTIGACION DE MERCADOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL
PROYECTO DE INCENTIVOS EMSIRVA 2005

ENCUESTA

Nombre: _____

Teléfono: _____

Comuna: _____

1. Quien hace el servicio de recolección de basuras en su casa?

Emsirva ☐ Serviambientales ☐ Otra ☐ Cual _____

2. En una escala de 1 a 5, siendo 1 malo y 5 excelente, califique el servicio de recolección de basuras en su casa. _____

3. Esta usted atrasado con el pago de servicios públicos?

Si ☐ No ☐ Porque:

4. Estaría usted de acuerdo en pagar su factura de servicios públicos (sin ningún costo adicional) lo más pronto posible para así recibir un incentivo (premio, regalo, bono, entre otros).

Si ☐ No ☐ Porque:



5. Por la puntualidad en la cancelación de la factura, que incentivo le gustaría recibir?

- ☐ Nevera ☐ Televisor ☐ DVD ☐ Equipo de sonido
☐ Horno microondas ☐ Viaje San Andrés ☐ Moto 0 Km.

6. Le gustaría ponerse al día con la cancelación de sus servicios públicos en Emsirva y así participar en todos los sorteos que se realicen?

Si ☐ No ☐

Gracias por su colaboración.

Anexo 3 - Análisis de Encuesta

ANALISIS DE LAS ENCUESTAS - PLAN DE INCENTIVOS EMSIRVA 2005

Pregunta No. 1

Quien hace el servicio de recolección de basuras en su casa?

A. Del total de las personas encuestadas, el 100% respondieron que EMSIRVA es la empresa que hace el servicio de recolección de basura en su hogar.

Pregunta No. 2

En una escala de 1 a 5, siendo 1 malo y 5 excelente, califique el servicio de recolección de basuras en su casa.

A. De 100 personas encuestadas, 10 personas calificaron con un puntaje de 5 el servicio de recolección de basuras, 55 personas calificaron con un puntaje de 4, 25 personas calificaron con un puntaje de 3 y las 10 personas restantes, calificaron un puntaje de 2.

Pregunta No. 3

Esta usted atrasado con el pago de servicios públicos?

A. Del total de las personas encuestadas, el 100% respondieron que no están atrasados con el pago de los servicios públicos.

Pregunta No. 4

Estaría usted de acuerdo en pagar su factura de servicios públicos lo más pronto posible para así recibir un incentivo?

A. De 100 personas encuestadas, 95 personas respondieron que si estarían de acuerdo en pagar su factura de servicios públicos lo mas pronto posible y las 5 personas restantes no están de acuerdo.

Pregunta No. 5

Por la puntualidad en la cancelación de la factura, que incentivo le gustaría recibir?

- A. Del 100% de las personas encuestadas, el 55% responde que le gustaría recibir de incentivo un viaje a San Andrés, el 45% responde que le gustaría recibir de incentivo una moto 0 Km. y el 5% restante responde que le gustaría recibir de incentivo un DVD.

Pregunta No. 6

Le gustaría ponerse al día con la cancelación de sus servicios públicos en Emsirva y así participar en todos los sorteos que se realicen?

- A. Del total de las personas encuestadas, 95 personas respondieron que les gustaría ponerse al día con la cancelación de sus servicios públicos y así participar en todos los sorteos que se realicen, las 5 personas restantes respondieron que no les interesa participar en el incentivo porque piensan que se les va a incrementar el costo de servicios públicos.

Anexo 4 - Cotización Campaña Publicitaria (Image Art Studios)



Santiago de Cali, 18 de Octubre 2005
GG-

Señor
ANDRES RONCACIO y/o IMAGE ARTSTUDIOS
Director General
Edificio Torre de Cali Of. 2802
Tel. 6829697/ 310 8371407
La Ciudad

REFERENCIA: COTIZACIÓN CAMPAÑA PLAN DE INCENTIVOS

EMSIRVA E.S.P., ha proyectado la ejecución del Plan de estímulos e incentivos, que busca mejorar nuestros índices de recaudo e incrementar nuestros ingresos, para el desarrollo de éste requerimos implementar una campaña publicitaria en medios de comunicación escritos, orales y televisivos, para lo cual me permito solicitar a usted presente propuesta de campaña publicitaria, teniendo en cuenta los siguientes aspectos generales:

- El compromiso que adquirió EMSIRVA referente a este tema, con la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, en el Programa de Gestión.
- Proyecto de estímulos y Reglamento de estímulos e incentivos que se anexan al presente documento.
- El desarrollo de campañas similares por parte de EMCALI.
- Indicar término de entrega de la campaña publicitaria y cronograma de trabajo.
- Logística y medios a emplear.
- Propuesta económica incluido el IVA.
- Emsirva propone como forma de pago la siguiente: 30% como pago anticipado y el 70% con la entrega de la totalidad de la campaña, si se

Vigilada por la Superintendencia de Servicios Públicos NUPR 17600 - 1000-3



"POR UNA CALI SEGURA, PRODUCTIVA Y SOCIAL. TU TIENES MUCHO QUE VER"

Carrera 61 # 9 - 250 · PBX: 518 01 00 · FAX: 552 21 33 · A.A. 6745 · E-mail: emsirva@avan.net - gerencia@emsirva.com.co · NIT 890.399.030-3



La Limpieza es Alegría



- acuerdan entregas parciales se definirá la forma de pago del saldo restante de acuerdo con los avances de ejecución del contrato.
- La propuesta no incluirá la contratación de las pautas en medios.
 - Adjuntar experiencia de la firma en campañas similares y otros.
 - El plazo de presentación de la propuesta será de cinco días (5) calendario a partir del recibo de esta solicitud.
 - Las observaciones, comentarios, inquietudes y otros podrán ser consultados ante la Subgerencia Comercial de Emsirva, con el Dr. JUAN CARLOS CASTELLANOS – Subgerente Comercial (e) y el Profesional CAMILO ROSERO.
 - La Propuesta se presentará en sobre cerrado dirigido a la Subgerencia Comercial de Emsirva, en original y copia.

Atentamente,

JULIAN SEPÚLVEDA GARCIA
Gerente General EMSIRVA E.S.P

Proyecto: Camilo Rosero – Profesional de Apoyo al proyecto
Reviso: María del Pilar Carvajal Hernández – Subgerente Comercial

Vigilada por la Superintendencia de Servicios Públicos NUIR 17600 - 1000-3



"POR UNA CALI SEGURA, PRODUCTIVA Y SOCIAL. TU TIENES MUCHO QUE VER"

Carrera 61.# 9 - 250 · PBX: 518 01 00 · FAX: 552 21 33 · A.A. 6745 · E-mail: emsirva@avan.net - gerencia@emsirva.com.co · NIT 890.399.030-

Anexo 5 - Campaña de Comunicación (Image Art Estudios)

Santiago de Cali, 21 de Octubre del 2005

Señor:
JULIAN SEPÚLVEDA GARCIA
Gerente General
EMSIRVA ESP
Cali

REFERENCIA: COTIZACION CAMPAÑA PLAN DE INCENTIVOS

En respuesta a la solicitud enviada el pasado 18 de Octubre nos permitimos cotizar los siguientes servicios, debido a la urgencia de tiempo de acuerdo a su solicitud incluimos en nuestra cotización todo lo referente a la plantación logística y realización de las campañas publicitarias (Pautas en: radio, Televisión, Encoles y Volantes)

Pauta en Radio

Se realizara pauta en las emisoras Tropicana Stereo y Rumba Stereo, en horarios de 7:30 AM a 9:00 AM y de 5:30 PM a 7:00 PM. Cinco pautas al día, en los días del 1 al 15 de Diciembre y del 1 al 15 de Marzo

Costo: \$18.000.000 (\$60.000 por pauta)

Pauta en Eucoles de la ciudad

Se colocara publicidad en 10 Eucoles, distribuidos estratégicamente sobre las avenida principales de Ciudad: AV Roosevelt, Calle 5, AV 3Norte, AV Sexta Norte, AV Pasoancho

Durante los días del 1 de diciembre al 15 de marzo

Costo: \$15.000.000 (\$1.500.000 por Euco)

Distribución de Volantes

Se distribuirá la información de los sorteos y la mecánica del concurso en volantes a color, insertados en los recibos de servicios públicos que se distribuyen a todos los usuarios.

Esta información se empezara a distribuir en la facturación de Noviembre hasta Marzo.

Costo: 3.000.000 (Diseño del Volante para ser impreso al respaldo del recibo)



Pauta en medios de televisión regionales (Tele Pacifico)

Se anunciara en horario AAA en los Noticieros 90 Minutos y Noti 5, mediante 2 anuncios día de por medio de 20 segundos antes ir a la Sección de Deportes, Recordando a los Usuarios que para participar solo hay que “estar al día” en el pago de sus facturas. Estos anuncios se harán durante los días 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13 y 15 de diciembre 2005 y el 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13 y 15 de marzo de 2006

Costo: 15.000.000 (\$250.000 por pauta)

Costo total Campaña: \$51.000.000 (IVA Incluido)

Cordialmente,

ANDRES RONCANCIO
Director General

Anexo 6 - Volantes Realizados en Campañas Similares

Volantes utilizados en campañas similares de Image Art Estudios los cuales se podrán Adjuntar o insertar fácilmente en los Recibos de Servicios públicos.

Figura 1



Figura 2



Anexo 7 – Flow Chart (Diagrama de Flujo)



Anexo 8 - Categoría, Referencia y Precio de Premios

Primera Categoría

Cantidad	Premio	Descripción	Valor	Total
1	Motocicleta	Honda - Hero Splendor +	\$ 3.990.000	\$ 3.990.000
5	Viaje	San Andres - Hotel Lod Pierre - FULL	\$ 919.000	\$ 4.595.000
5	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 1 - Hasta el Monto de:	\$ 100.000	\$ 500.000
5	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 2 - Hasta el Monto de:	\$ 125.000	\$ 625.000
5	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 3 - Hasta el Monto de:	\$ 150.000	\$ 750.000
5	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 4 - Hasta el Monto de:	\$ 200.000	\$ 1.000.000
5	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 5 - Hasta el Monto de:	\$ 225.000	\$ 1.125.000
5	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 6 - Hasta el Monto de:	\$ 250.000	\$ 1.250.000
5	Pago Factura	Servi Public - Pequeños Productores - Hasta el Monto de:	\$ 500.000	\$ 2.500.000
5	Pago Factura	Servi Public -Grandes Generadores - Hasta el Monto de:	\$ 750.000	\$ 3.750.000
5	Pago Factura	Servi Public - Clientes Especiales - Hasta el Monto de:	\$ 300.000	\$ 1.500.000
4	Nevera	LG - REF: 93247	\$ 989.900	\$ 3.959.600
5	Televisor	LG - REF: 21FX4R	\$ 499.000	\$ 2.495.000

60	Premios para la Primera Categoría	Total Primera Categoría	\$ 28.039.600
----	-----------------------------------	-------------------------	---------------

Segunda Categoría

Cantidad	Premio	Descripción	Valor	Total
3	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 1 - Hasta el Monto de:	\$ 60.000	\$ 180.000
3	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 2 - Hasta el Monto de:	\$ 80.000	\$ 240.000
3	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 3 - Hasta el Monto de:	\$ 120.000	\$ 360.000
3	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 4 - Hasta el Monto de:	\$ 140.000	\$ 420.000
3	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 5 - Hasta el Monto de:	\$ 160.000	\$ 480.000
3	Pago Factura	Servicios Públicos Estrato 6 - Hasta el Monto de:	\$ 180.000	\$ 540.000
3	Pago Factura	Servi Public - Pequeños Productores - Hasta el Monto de:	\$ 200.000	\$ 600.000
3	Pago Factura	Servi Public -Grandes Generadores - Hasta el Monto de:	\$ 350.000	\$ 1.050.000
3	Pago Factura	Servi Public - Clientes Especiales - Hasta el Monto de:	\$ 100.000	\$ 300.000
5	DVD	LG - REF: 9511	\$ 189.000	\$ 945.000
3	H. Microondas	LG - REF: 0742	\$ 159.000	\$ 477.000
5	Olla Arrocera	Black & Decker - REF: RC400	\$ 57.900	\$ 289.500

5	Licadora	Samurai - REF: 145	\$ 57.900	\$ 289.500
5	Plancha	Black & Decker - REF: AS400	\$ 42.900	\$ 214.500

50	Premios para la Segunda Categoría	Total Segunda Categoría	\$ 6.385.500
----	-----------------------------------	-------------------------	--------------

110	Total Premios Primer Sorteo	Total Primer Sorteo	\$ 34.425.100
-----	-----------------------------	---------------------	---------------

Anexo 9 – Cotización Viajes

DE : LEONARD-MEJIA E R T H O NO. DE FAX : 5473026 13 OCT. 2005 02:58PM P1

... de 7:00 a 7:00 Didier Turismo te da más

Santiago de Cali, Octubre 13 de 2005

Señor:
Camilo Racero
Cali

Respetado señor,

De acuerdo a su solicitud me permito presentarle la siguiente cotización:

EL PLAN INCLUYE:


- Tiquete aéreo Cali – San Andres – Cali vía aerorepublica.
- Impuestos del tiquete.
- Traslado Aeropuerto – Hotel – Aeropuerto.
- Alojamiento 4 noches en el hotel elegido.
- Alimentación: Desayuno, Almuerzo y Cena.
- Paseo Velero y Vuelta a la Isla.
- Tour a Johnny Kay.

EL PLAN NO INCLUYE:

- Gastos no especificados.
- Tarjeta de turismo (\$18.500).

HOTEL	PLAN	ADULTO
PORTOFINO	FJLL	\$769.000
CALYPSO	FJLL	\$819.000
BAHIA SARDINA T.B.	FJLL	\$819.000
DOARADO	FJLL	\$919.000
BAHIA SARDINA T.A	FJLL	\$919.000
LOD PIERRE	FJLL	\$919.000
SOL CARIBE	FJLL	\$1.019.000
ARENA BLANCA	FJLL	\$1.019.000

Atentamente,


LEONARD MEJIA COMAS
Dpto. Mayoreo

CALI - COLOMBIA
Avenida 20 Norte No. 24N - 174 - PBX: 57 (5) 650 00 00
Enseguida de la Clínica de los Remedios

SAN ANDRÉS - ISLAS
Centro Comercial New Point C.A.
Tel: 57 (8) - 512 2400 - 512 2600

Anexo 10 - Cotización Motos

PHD E 10 14
Oct. 11 2005 09:44AM F01

HONDA
SUPERCALI S.A.
NIT 800.330.584-4
Cali Oficina Principal
Calle 1a No. 22-24 Tel: 800.330.584-4
Fax 800.330.584-4
Agencia Av. 3 Norte
Av. 3 Norte No. 40 - 212 Teléfono: 604.9800
605.1755
Agencia Av. Ronsavall
Avenida Ronsavall No. 27-05
Tel: 604.6611-500 605.6111 o 604.6611
PALMIRA Agencia Palmira
Calle 2da No. 27-03 Tel: 212.8942-2110070
Fax: 212.8942
BUENAVENTURA Agencia Buenaventura
Calle 1ra No. 1A-11 y 1A-13 Tel: 242.0387
241.2720-241.5473-241.5221

Santiago de Cali, 11 de octubre de 2005

Señor:
CAMILO ROSERO
Ciudad

COTIZACION

OFERENTE	:	SUPERCALI S.A.
PRODUCTO OFRECIDO	:	Motocicleta HERO SPLENDOR +
COLORES	:	Rojo, Plata y Azul
CANTIDAD	:	UNO (1)
MARCA MOTOCICLETAS	:	HONDA
PRECIO DE LISTA MOTOCICLETA	:	\$ 3.439.655 Precio de lista \$ <u>550.345</u> IVA 16% 3.990.000 TOTAL
FORMA DE PAGO	:	CONTADO
	:	OBSEQUIO casco y chaleco
	:	MATRICULA : \$ 120.000
	:	SOAT : \$ 147.731

Anexo 11. Capacidad Presupuestal



Santiago de Cali, octubre 12 de 2005
14010-19-2005

Señores
Unidad de Presupuesto.
EMSIRVA E.S.P.

Atentamente le solicito certificar disponibilidad presupuestal por valor de \$126.406.239, cuyo objeto es la ejecución del proyecto de incentivos y estímulos de pronto pago dirigido a los clientes del servicio de aseo.

FICHA FEBIN 21542 PLAN DE MERCADEO
AREA: SUBGERENCIA COMERCIAL

Ejecución Ordenes de servicio y de compra.

Atentamente,

JULIAN SEPÚLVEDA GARCIA
Gerente General
EMSIRVA E.S.P.

Proyecto María del Pilar Carvajal Hernández

Vigilada por la Superintendencia de Servicios Públicos NUIR 17600 - 1000-3



"POR UNA CALI SEGURA, PRODUCTIVA Y SOCIAL. TU TIENES MUCHO QUE VER"

Carrera 61 # 9 - 250 - PBX: 518 01 00 - FAX: 552 21 33 - A.A. 6745 - E-mail: emsirva@avan.net - gerencia@emsirva.com.co - NIT 890.399.030-3